

**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERSAINGAN USAHA  
PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL SOMOROTO DESA  
SOMOROTO KECAMATAN KAUMAN KABUPATEN PONOROGO**

**SKRIPSI**



Oleh:

**SUNDARI**

**NIM 210214142**

Dosen Pembimbing:

**DR. MIFTAHUL HUDA, M.Ag.**

**NIP. 197605172002121002**

**JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2020**

## ABSTRAK

**Sundari**, 2020. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Pedagang Di Pasar Tradisional Somoroto di Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo. Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Dr. Miftahul Huda M,Ag.

**Kata kunci:** *etika bisnis, persaingan usaha.*

Bisnis merupakan bagian dari ekonomi dan mempunyai peranan sangat vital dalam memenuhi kebutuhan manusia. Bisnis adalah kegiatan ekonomi dengan tujuan memperoleh keuntungan. Salah satu tempat berlangsungnya kegiatan bisnis adalah pasar. Pasar merupakan tempat bertemunya para penjual dan pembeli. Salah satunya adalah pasar somoroto yang teletak di kecamatan kauman dengan pedagang yang mayoritas beragama islam. meskipun demikian, adanyab persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan, bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika bisnis islam dalam menjalankan bisnisnya.

Berangkat dari latar belakang permasalahan di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui (1). Bagaimana tinjauan etika bisnis islam terhadap persaingan usaha para pedagang di pasar tradisional somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo? (2). Bagaimana tinjauan etika bisnis islam terhadap penyelesaian masalah dalam persaingan usaha pedagang di Pasar tradisional Somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kuaman Kabupaten Ponorogo?

Jenis penelitian yang dilakukan penulis merupakan penelitian lapangan (*field research*) serta menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Setelah data diperoleh kemudian diolah, selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode induktif.

Melalui penelitian ini penulis dapat menyimpulkan bahwa: pertama, persaingan usaha di Pasar Somoroto meliputi tiga aspek yaitu kualitas produk, harga, dan pelayanan. Menurut etika bisnis islam ketiga aspek tersebut ada yang di sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis yakni prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas dan tanggungjawab. dan ada yang belum sesuai dengan etika bisnis islam yang dapat merugikan pedagang lain yakni saling menjatuhkan sesama pedagang sehingga tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis bislam yakni prinsip kejujuran, kesatuan dan tanggungjawab. Kedua, etika bisnis islam terhadap penyelesaian masalah yang terjadi di pasar tradisional somoroto ada lima strategi penyelesaian yakni, strategi kompetisi, strategi akomodasi, strategi kolaborasi, strategi penghindaran konflik, serta strategi kompromi atau negosiasi. Menurut etika bisnis islam kelima strategi itu sudah memnuhi syarat dalam etika bisnis islam, karena dengan menggunakan strategi-strategi tersebut para pedagang lebih mudah untuk menyelesaikan masalah yang ada, seperti tentang harga mereka saling komprosi serta negosiasi untuk menentukan harga dimana semua para pedagang tidak ada yang dirugikan dan semua mersa adil dalam bermain harga.

## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Sundari  
NIM : 210214142  
Fakultas : Syariah  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
Judul : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha di Pasar  
Tradisional Somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kauman  
Kabupaten Ponorogo

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqasah.

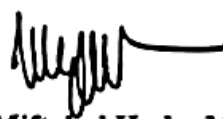
Ponorogo, 04 Februari 2020

Mengetahui,  
Ketua Jurusan  
Hukum Ekonomi Syariah



**H. Anik Abidah, M.S.I**  
NIP. 197605082000032001

Menyetujui,  
Pembimbing



**Dr. Miftahul Huda, M.Ag.**  
NIP. 19765172002121002



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**PENGESAHAN**

Skripsi atas nama saudara :

Nama : Sundari  
NIM : 210214142  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
Judul : Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha di Pasar Tradisional Somoroto Ponorogo

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqasah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 02 Juni 2020

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Syariah pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 09 Juni 2020

**Tim penguji:**

1. Ketua Sidang : Dr. H. Syaifullah M.Ag.
2. Penguji I : Dr. H. Agus Purnomo M.Ag
3. Penguji II : Dr. Miftahul Huda M.Ag.

Ponorogo, 09 Juni 2020

Mengesahkan

Dekan Fakultas Syariah,



**Dr. H. Moh. Munir, Lc., M.Ag**

**NIP. 196807051999031001**

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sundari

NIM : 210214142

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Judul : **Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha di Pasar Tradisional Somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo**

Menyatakan bahwa naskah skripsi/tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya, saya bersedia naskah tersebut di publikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id) adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggungjawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 9 Juni 2020



**SUNDARI**  
**NIM. 210214142**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sundari  
NIM : 210214142  
Fakultas : Syariah  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
Judul : Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha di  
Pasar Tradisional Somoroto Desa Somoroto Kecamatan  
Kuaman Kabupaten Ponorogo

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil dan tulisan sendiri.

Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 05 mei 2020



**SUNDARI**  
**NIM 210214150**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perdagangan merupakan hal yang paling lazim kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam perekonomian karena perdagangan merupakan penggerak utama berjalannya kegiatan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi yang baik ditandai oleh kegiatan pasar atau perdagangan yang berjalan baik pula, dengan demikian maka kesejahteraan masyarakat berarti sudah mulai tercapai. Tapi sering kali yang dihadapi oleh pelaku pasar terutama perilaku pasar tradisional adalah sulitnya memasarkan usahanya dan bagaimana produk-produk yang mereka hasilkan dapat laku di pasar.<sup>1</sup>

Dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang sekin ketat. Sekarang ini kita dituntut untuk dapat mengembangkan usaha, supaya usaha kita dapat maju dan besar serta menjadi pengusaha yang sukses. Definisi pengembangan usaha itu sendiri adalah terdiri dari sejumlah tugas dan proses yang pada umumnya bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan peluang pertumbuhan. Tetapi pada kenyataannya untuk mengembangkan usaha yang pada awalnya di mulai dari nol besar atau baru memulai usaha sangatlah sulit.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Rusik, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 12 Nov 2018

<sup>2</sup> Harrisfadillah, [wordpress.com](http://wordpress.com)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Pengembangan adalah proses, cara, pembuatan mengembangkan.<sup>3</sup>Sedangkan bisnis di artikan sebagai usaha dagang, penukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.<sup>4</sup>

Namun harus di pahami, bahwa praktik-praktik bisnis seharusnya di lakukan setiap manusia, sesuai ajaran islam yang telah di tentukan batas-batasnya. Oleh karena itu, ajaran islam yang mendasari cara mengembangkan usaha menurut syariah, antara lain:

#### 1. Niat yang baik

Niat yang baik adalah pondasi dari amal perbuatan. Jika niatnya baik usaha amalnya juga baik, dan sebaliknya jika niatnya rusak, maka amalnya juga rusak, sebagaimana hadist Rasullah berikut ini :

*“sesungguhnya amalan itu tergantung pada niatnya. Dan seseorang sesuai dengan apa yang di niatkan”.* (HR. Bukhari)

Apa yang di katakana Rasullah bukan hanya untuk urusan ibadah saja, tetapi juga berlaku untuk urusan muamalah seperti kegiatan berwirausaha.<sup>5</sup>

#### 2. Berinteraksi dengan akhlak

Akhlak menempati posisi puncak dalam rancang bangun ekonomi islam, karena inilah yang menjadi tujuan islam dan dakwah para nabi,

---

<sup>3</sup> Departeen Nasional Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Jakarta : Balai Pustaka, 2005, 538

<sup>4</sup> Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta : Gema Insani Press, 2002)

<sup>5</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, Banjarmasin: Antasari Presss, 2011, 17.



yaitu untuk menyempurnakan akhlak, di antaranya yaitu jujur, amanah, toleran, menepati janji, bersyukur dan menjaga aturan syari'ah.

Islam mengajarkan agar seorang wirausaha muslim selalu menhidupkan mata hati mereka dengan selalu menegakkan sikap amanah dalam mengembangkan usaha mereka, dan dengan sikap amanah pula mereka dapat menjagahak-hak Allah dan hak-hak manusia, sehingga ia tidak lalai dalam melaksanakan kewajibannya.

Dalam era globalisasi dan teknologi informasi yang berkembang pesat pada saat ini maupun di masa yang akan datang, akan menghadapi suatu permasalahan yaitu sulit memfilterasi pengaruh perkembangan-perkembangan tersebut ke dalam kehidupan sehari-hari.

Dampaknya sangat jelas terhadap kondisi pedagang tradisional melihat dari sisi manapun, posisi pedagang tradisional semakin terjepit, menjerit, dan merintih tergilas persaingan bisnis yang tidak seimbang. Bisakah kita membayangkan Posisi pedagang tradisional yang modalnya hanya semangat berwirausaha dengan sedikit uang puluhan juta, bersaing dengan mini market waralaba yang modalnya ratusan juta plus jaringan distribusi barang yang sangat baik, didukung system operasional dan kecanggihan teknologi.

Para pedagang kecil di pasar Somoroto saat ini membutuhkan yang namanya media atau lembaga yang bisa membantu mereka dalam mempromosikan usaha dagang mereka, karena mereka sekarang harus

berhadapan dengan pengusaha minimarket-minimarket yang sudah banyak sekali di somoroto yang merupakan saingan dari bisnis mereka.<sup>6</sup>

Persaingan merupakan kondisi riil yang di hadapi setiap orang di masa sekarang. Kompetisi dan persaingan tersebut bila di hadapi secara positif atau negatif, tergantung pada sikap dan mental persepsi seseorang dalam memakai persaingan tersebut. Hamper tiada hal tanpa kompetisi atau persaingan, seperti halnya kompetisi dalam berprestasi, dunia usaha bahkan dalam proses belajar. Persaingan merupakan semacam upaya untuk menduduki posisi yang lebih tinggi di dalam dunia usaha. Bila jumlah pesaing cukup banyak dan seimbang, persaingan akan tinggi sekali karena masing-masing perusahaan memiliki sumber daya yang relative sama.

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melakukan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepetingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan.

Karena itu memasarkan atau mempromosikan produk di benarkan dalam bermuamalah tentunya berdasarkan prinsip syari'ah yaitu jujur, transparan, dan menjelaskan apa adanya. Di dalam promosi tersebut tidak ada unsur-unsur kebohongan dan penipuan baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Winih, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 12 Nov 2018.

<sup>7</sup> Wahyu sukma, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 12 Nov 2018.

Berdasarkan penjelasan dan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penyusunan skripsi dengan judul “TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERSAINGAN USAHA PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL SOMOROTO DESA SOMOROTO KECAMATAN KAUMAN KABUPATEN PONOROGO”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan beberapa masalah yang di antaranya adalah :

1. Bagaimana tinjauan etika bisnis islam terhadap persaingan usaha pedagang di Pasar Tradisional Somoroto Desa Somoroto Kabupaten Ponorogo?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis islam terhadap penyelesaian masalah dalam persaingan usaha pedagang di Pasar Tradisional Somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini dirumuskan agar peneliti tidak menyimpang dari hal-hal yang akan dibahas, adapun tujuan dari penelitian ini di antaranya adalah :

1. Untuk Menjelaskan Bagaimana tinjauan etika bisnis islam terhadap persaingan usaha pedagang di Pasar Tradisional Somoroto.
2. Untuk Menjelaskan Bagaimana tinjauan etika bisnis islam terhadap penyelesaian masalah dalam persaingan usaha pedagang di Pasar Tradisional Somoroto.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat atau kegunaan yang ingin diperoleh dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

##### 1. Teoritis

Secara teoritis, kajian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan kajian islam, khususnya bagi Fakultas Syariah Jurusan Muamalah serta menjadi referensi dan juga refleksi kajian berikutnya yang berkaitan dengan “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap persaingan usaha para pedagang di pasar tradisional somoroto”. Selain itu diharapkan hasil dari kajian ini dapat menarik perhatian peneliti lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang masalah yang serupa.

##### 2. Praktis

Secara Praktis, kajian skripsi ini diharapkan menjadi sumbangan yang berarti bagi masyarakat pada umumnya dan semoga dapat digunakan kajian lebih lanjut oleh para peminat untuk mengetahui bagaimana Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap persaingan usaha para pedagang di pasar tradisional somoroto.

#### **E. Telaah Pustaka**

Kajian pustaka dalam penelitian ini adalah berisi tentang uraian yang sistematis mengenai hasil-hasil dari penelitian yang telah dibuat sebelumnya oleh peneliti terdahulu dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penulis berusaha untuk melakukan kajian awal terhadap literature

pustaka atau karya-karya yang mempunyai relevansi. Sehingga penelitian ini akan mempermudah untuk mengetahui tata letak perbedaan dari penelitian-penelitian-penelitian sebelumnya.

Diantaranya karya tulis yang penulis dapat tentukan diantaranya :

Skripsi Tahun 2014 yang ditulis oleh Abdul Aziz jurusan ekonomi islam fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri walisongo semarang, yang berjudul “ *persaingan pasar tradisional dengan pasar modern di mranggen dalam etika bisnis islam*” dalam skripsi ini menunjukkan bahwa bisnis dalam Al-Qur’an di sebut sebagai katifitas yang bersifat material sekaligus immaterial. Suatu bisnis bernilai, apabila memenuhi kebutuhan material dan spiritual secara seimbang, tidak mengandung kebatilan, kerusakan dan kezaliman. Akan tetapi mengandung nilai kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggung jawaban, kebenaran, kebajikan dan kejujuran.

#### **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Secara umum tujuan penelitian ada tiga macam yaitu bersifat penemuan, pembuktian, dan pengembangan. Secara umum data yang diperoleh dari hasil penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 2.

## 1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang penyusun gunakan adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), di mana hasil penelitiannya berdasarkan hasil dari penelitian lapangan.<sup>9</sup> Penelitian lapangan pada hakikatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat di tengah masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam kehidupan sehari-hari.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang memusatkan perhatiannya kepada prinsip-prinsip mendasari perwujudan dari satuan-satuan gejala yang ada dalam kehidupan manusia.<sup>11</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti akan memaparkan informasi yang diperoleh dari para Pedagang Pasar di Pasar Somoroto secara langsung. Kemudian mengevaluasi dengan berbagai teori yang berkaitan dengan pokok masalah dalam penelitian ini.

## 2. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti dalam penelitian ini sangat diperlukan, karena peneliti bertindak sebagai pengamat penuh sekaligus sebagai pengumpul data. Dalam penelitian ini kehadiran peneliti diketahui statusnya sebagai peneliti oleh informan. Oleh karena itu penulis hadir

---

86. <sup>9</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001),

<sup>10</sup> Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Mu'amalah* (Ponorogo: STAIN Po Press, 2010), 6.

<sup>11</sup> Margono, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1997), 108.

secara langsung untuk melakukan wawancara dengan para pedagang di Pasar Somoroto.

### 3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang penulis ambil ialah di Kabupaten Ponorogo. Dengan memilih Pasar Somoroto. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena, terdapat kesesuaian dengan topik peneliti pilih dan mudah dijangkau pada saat melakukan penelitian.

### 4. Data dan Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data adalah sumber di mana data penelitian itu melekat dan atau dapat diperoleh.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah:

#### a. Sumber data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli. Adapun yang menjadi data primer ialah semua informasi yang diperoleh melalui wawancara langsung kepada para pedagang pasar di Pasar Somoroto.

#### b. Sumber data sekunder

Data sekunder yaitu data yang dianggap sebagai pendorong yang bisa memperkuat data yang di dapat seperti buku referensi, dokumentasi, jurnal dan internet.

---

<sup>12</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 91.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

### a. Observasi

Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan.<sup>13</sup>

### b. Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya, yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dengan yang diwawancarai (*interviewee*).<sup>14</sup> Wawancara merupakan komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu.<sup>15</sup> Wawancara dilakukan kepada pihak-pihak yang terkait langsung maupun tidak langsung dalam persoalan Persaingan Usaha Pedagang Pasar di Pasar Somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo.

---

<sup>13</sup> Djunaidi Ghoni dan Fauzan Almashur, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jogjakarta : Ar-Ruzz Media, 2012), 165

<sup>14</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004), 108

<sup>15</sup> Deddy Maulana, *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* (PT Remaja Rosdakarya , 2004), 180.



c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan perolehan data dari dokumen dan lain-lain, maupun data yang diperoleh dari sumber manusia melalui observasi dan wawancara, serta mencari data mengenai hal-hal berupa dokumen, foto, dan bahan-bahan lainnya yang dapat mendukung penelitian ini.

6. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan analisis data kualitatif yang bersifat membangun, mengembangkan dan menemukan teori-teori sosial.<sup>16</sup> Analisis data bermaksud untuk mengorganisasikan data, data yang terkumpul terdiri dari catatan lapangan dan tanggapan peneliti, gambaran, foto, dokumen, artikel dan sebagainya.<sup>17</sup>

Seluruh data penelitian yang telah dikumpulkan ataupun diperoleh dianalisa secara kualitatif dengan cara menggambarkan masalah secara jelas dan mendalam. Peneliti mengumpulkan informasi dari pedagang pasar dan tukang parker di wilayah pasar Somoroto tersebut.

7. Pengecekan Keabsahan

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbarui dari konsep kesahihan (Validitas) dan keandalan (reabilitas) serta derajat kepercayaan dan keabsahan data (Kreabilitas data).<sup>18</sup> Uji kredibilitas data antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan,

---

<sup>16</sup>Ibid, 80.

<sup>17</sup>Ibid, 85.

<sup>18</sup>Ibid, 178.

peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman, analisis kasus negative dan *membercheck*.<sup>19</sup>

## G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penyusunan laporan hasil penelitian kualitatif ini nantinya akan dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu bagian awal, bagian inti dan bagian akhir untuk memudahkan dalam penulisan, maka pembahasan dalam laporan penelitian ini penulis kelompokkan menjadi 5 bab. Masing-masing bab terdiri dari sub-sub yang berkaitan. Sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan dalam bab ini peneliti memaparkan seluruh isi penelitian secara umum yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, kajian teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

### BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini landasan teori, yang merupakan pijakan selanjutnya yang digunakan untuk menganalisis data di dalam laporan penelitian. Yang terdiri dari tiga sub bab, yaitu : Prinsip-Prinsip etika bisnis Islam, tujuan etika bisnis islam, larangan dalam bisnis Islam dan persaingan usaha.

---

<sup>19</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2015), 270

**BAB III : PAPARAN DATA**

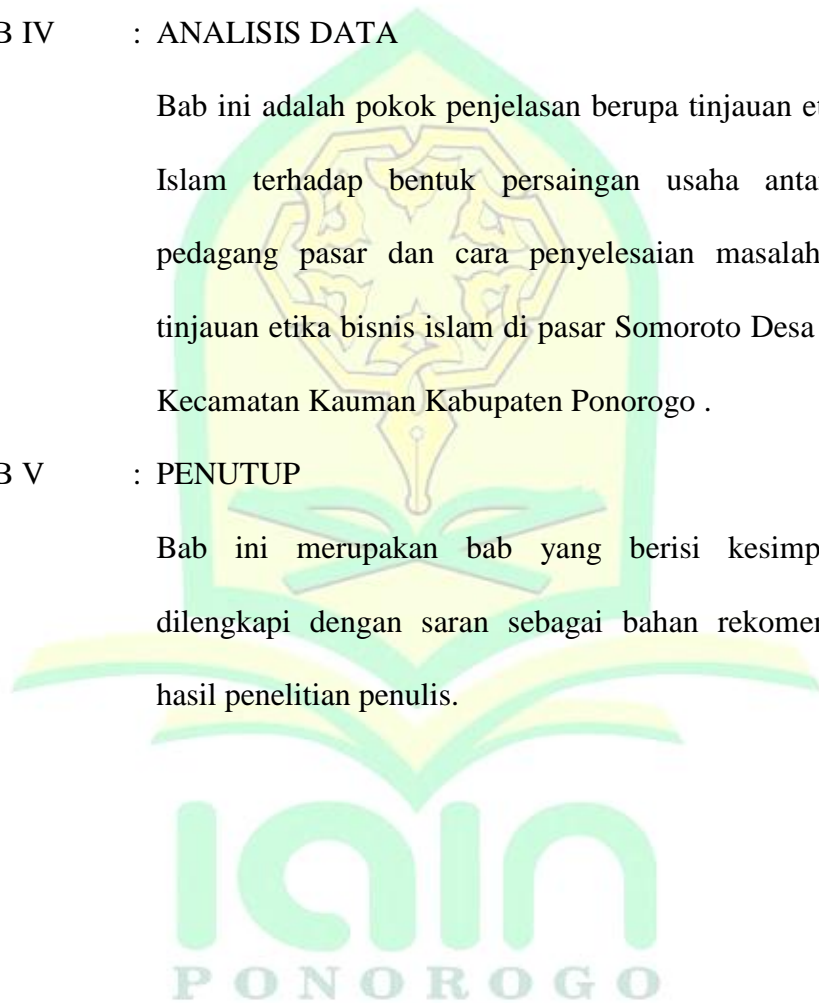
Bab Ketiga, berisi hasil penelitian data lapangan yang diperoleh peneliti terkait dengan profil pasar somoroto dan data khusus yang meliputi persaingan usaha di pasar somoroto.

**BAB IV : ANALISIS DATA**

Bab ini adalah pokok penjelasan berupa tinjauan etika bisnis Islam terhadap bentuk persaingan usaha antara para pedagang pasar dan cara penyelesaian masalah yang di tinjauan etika bisnis islam di pasar Somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo .

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini merupakan bab yang berisi kesimpulan dan dilengkapi dengan saran sebagai bahan rekomendasi dari hasil penelitian penulis.



## BAB II

### KONSEP ETIKA BISNIS ISLAM

#### A. Etika Bisnis Islam

##### 1. Pengertian Etika Bisnis Islam

###### a. Pengertian Etika

Etika berasal dari bahasa Yunani “Ethos” berarti adat istiadat. Hal ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang lain atau satu generasi ke generasi yang lainnya.<sup>20</sup> Kata Yunani *ethos* dalam bentuk tunggal mempunyai banyak arti: tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, habitat, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, dan cara berpikir. Dalam kamus umum bahasa Indonesia (KBBI) etika dijelaskan dengan membedakan tiga arti: “ 1) ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak); 2) kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak . 3) nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat”.<sup>21</sup>

Etika menurut Webster Dictionary dalam buku Sofyan Harahap dalam bukunya Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif menyebutkan bahwa Etika secara Etimologis adalah suatu disiplin

---

<sup>20</sup> Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta : Rajawali Press, 2011), 5.

<sup>21</sup> K . Bertens, *Etika* (Yogyakarta : Kanisius, 2013), 4.

ilmu yang menjelaskan sesuatu yang baik dan yang buruk, mana tugas atau kewajiban moral, atau juga bisa mengenai kumpulan prinsip atau nilai moral. Sementara itu, betens menyatakan bahwa etika berasal dari kata atau bahasa Yunani, ethos (kata tunggal), yang berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berfikir. Sementara itu, dalam bentuk jamak di sebut ta etha yang berarti adat kebiasaan.<sup>22</sup>

Etika disebut juga filsafat moral, yaitu cabang filsafat yang berbicara tentang tindakan manusia. Etika tidak mempersoalkan keadaan manusia, tetapi mempersoalkan bagaimana manusia harus bertindak. Tindakan manusia ini ditentukan oleh bermacam-macam norma, diantaranya norma hukum, norma moral, norma agama dan norma sopan santun. Norma hukum berasal dari hukum dan undang-undang, norma agama berasal dari agama, norma moral berasal dari suara hati dan norma sopan santun berasal dari kehidupan sehari-hari.<sup>23</sup>

Etika merupakan bagian dari filsafat yang menjadi konsen para filsuf sejak zaman Socrates. Ia menjadi peletak madzab kebahagiaan sehingga konsep dan pemikiran tentang kebahagiaan yang didorong oleh etika menyebar di kalangan komunitas filsuf

---

<sup>22</sup> Sofyan S, Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2016),

<sup>23</sup> Ayi Sofian, *Kapita Selekta Filsafat* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2010), 369.

Yunani.<sup>24</sup> Etika termasuk filsafat dan malah dikenal sebagai salah satu cabang filsafat yang paling tua. Dalam konteks filsafat Yunani kuno, etika sudah terbentuk dengan kematangan yang mengagumkan. Etika adalah ilmu, tapi sebagai filsafat ia tidak merupakan suatu ilmu empiris.<sup>25</sup>

Begitu juga dengan filsafat etika bagi Plato yang dipengaruhi oleh pemikiran Socrates menekankan bahwa bangunan etika harus ditata terlebih dahulu dengan merobohkan teori pengetahuan terlebih dahulu sehingga ketika meletakkan posisi epistemologi memudahkan bangunan etika. Socrates juga menerapkan bangunan epistemologinya pada filsafat etikanya.<sup>26</sup>

Menurut Rafik Issa Bekun (2004), etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan baik dari buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif, karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.<sup>27</sup>

Secara umum etika sering disamakan dengan moral. Padahal etika dan moral adalah dua hal yang berbeda, walaupun keduanya menyangkut baik dan buruk. Etika dalam bahasa Inggris berasal dari kata *ethics* yang berarti tata susila pula, sedangkan moral berasal dari kata *mores* yang berarti kebiasaan atau

---

<sup>24</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Kencana Prenanda Media Group, 2006), 10.

<sup>25</sup> K. Bertens, *Etika*, 20.

<sup>26</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 10.

<sup>27</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Business and Economic Ethic*, 3.

“*custom*”. Namun sering digunakan secara bergantian. Yang pasti etika adalah perilaku dalam arti yang lebih praktis atau praktiknya moral. Sedangkan moral adalah sumber etika, dalam pengertian praktis maupun normatif.<sup>28</sup>

#### b. Pengertian Bisnis

Bisnis dengan segala bentuknya ternyata tanpa disadari telah terjadi dan menyelimuti aktivitas dan kegiatan kita setiap harinya. Kata “bisnis” dalam bahasa Indonesia diserap dari kata “*bussines*” dari bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan keuntungan. Menurut Buchari Alma, (2007: 5), pengertian bisnis ditujukan pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang dan atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Secara etimologis, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.<sup>29</sup> Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi). Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan pada etika. Oleh karena itu, pelaku bisnis muslim hendaknya memiliki kerangka

<sup>28</sup> Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2011), 24.

<sup>29</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung : Alfabeta, 2013), 28.

etika bisnis yang kuat, sehingga dapat mengantarkan aktivitas bisnis yang nyaman dan berkah.<sup>30</sup>

Istilah bisnis dalam AL-Qur'an yaitu *al-tijārah* dan dalam bahasa arab *tijaraha*.<sup>31</sup> Menurut *ar-Raghib al-Ashfahani* dalam *al-mufradat fi gharib al-Qur'an*, *al-tijārah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Bisnis secara islam pada dasarnya sama dengan bisnis secara umum, hanya saja harus tunduk dan patuh atas dasar ajaran *al-Qur'an*, *As-Sunnah*, *Al-Ijma*, *Qiyas (ijtihad)* serta memperhatikan batasan-batasan yang tertuang dalam sumber-sumber tersebut.

Bisnis adalah sebuah aktifitas yang menagarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengelolaan barang (produksi). Bisnis di artikan suatu kegiatan yang di lakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memnuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengolah sumber daya ekonomi secara efektif dan efesien.<sup>32</sup>

#### c. Pengertian Islam

Kata Islam berasal dari bahasa *Arabal-Islam*. Kata *al-Islam* ini ada di dalam *al-Qur'an* dan di dalamnya terkandung pula pengertiannya, diantaranya dalam surat *al-Imrān* (3) ayat 9, dan

<sup>30</sup> Muhammad, Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004), 56.

<sup>31</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta : Kencana, 2017), 7.

<sup>32</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Akademi Managemen Perusahaan YKPN, 2004), 31



surat *al-Mā'idah* (5) ayat 3. Yang dapat kita pahami dari kedua ayat ini adalah bahwa Islam adalah nama suatu “*ad-dīn*” (jalan hidup) yang ada di sisi Allah. *Ad-dīn* maknanya adalah al-millah atau *aṣ-ṣhirot* atau jalan hidup, ia berupa bentuk-bentuk keyakinan (*al-‘aqidah*) dan perbuatan (*al-‘āmal*). *Al-Islām* sebagai *ad-dīn* yang ada di sisi Allah, tentunya berupa bentuk-bentuk keyakinan dan perbuatan yang ditentukan dan ditetapkan oleh Allah dan bukan hasil dari buah pikiran manusia, karena ia dinamakan juga *dinulloh*.<sup>33</sup>

d. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah, yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.<sup>34</sup> Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 32.

<sup>34</sup> Ibid, 35.

<sup>35</sup> Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, 3.

## 2. Tujuan Bisnis Islam

Tujuan dari etika bisnis Islam adalah profit yang merupakan kelebihan penghasilan (*revenue*) di atas *cost* atau biaya yang layak dikorbankan oleh pelaku bisnis. Karena dengan profit yang diperoleh akan dapat dipergunakan sebagai alat dan sarana antara lain untuk memajukan dan makin membesarnya bisnis ini di masa datang. Selain itu dapat juga dipergunakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang terlibat mendukung kegiatan bisnis yang bersangkutan.

Profit diperoleh melalui kegiatan dalam pengadaan barang atau jasa yang dilakukan mengingat kebutuhan dan keinginan masyarakat dan melihat peluang yang memberikan harapan untuk meraih selisih lebih dari hasil penerimaan di atas pengeluaran biaya yang layak dan mesti dikorbankan oleh pelaku bisnis.<sup>36</sup>

Tujuan bisnis tidak selalu untuk mencari profit (nilai materi) tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) non materi, baik bagi si pelaku bisnis sendiri maupun pada lingkungan yang lebih luas, seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya. Di samping untuk mencari profit, juga masih ada dua orientasi lainnya, yaitu akhlak dan perbuatan. Akhlak yaitu nilai-nilai mulia yang menjadi suatu kemestian yang muncul dalam kegiatan bisnis, sehingga tercipta hubungan

---

<sup>36</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta : Ekonisia, 2004), 11.

persaudaraan yang Islami, baik antara majikan dengan buruh, maupun antara penjual dengan pembeli (bukan sekadar hubungan fungsional maupun professional semata).

Perbuatan yang dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah, dengan kata lain ketika melakukan suatu aktivitas bisnis, maka harus disertai dengan kesadaran hubungannya dengan Allah. Inilah yang dimaksud, bahwa setiap perbuatan muslim adalah ibadah. Amal perbuatannya bersifat materi, sedangkan kesabaran akan hubungannya dengan Allah ketika melakukan bisnis dinamakan ruhnya.<sup>37</sup>

Selain itu tujuan yang menjadi misi yang diemban oleh kegiatan bisnis adalah menciptakan kesejahteraan bagi semua pihak yang terlibat maupun bagi mereka yang secara tidak langsung memberikan dukungan terhadap kegiatan bisnis. Dengan adanya kegiatan bisnis secara logis dikonsepsikan bahwa semua pihak akan memperoleh manfaat baik ekonomi, finansial, sosial dan budaya. Sehingga secara logis pula masyarakat secara luas akan memperoleh tingkat kesejahteraan yang makin tinggi. Tidak sebaliknya justru makin melorotkan kesejahteraan dengan adanya bisnis yang dilakukan. Secara etika pengelolaan bisnis ini cukup logis diperlukan sebagai paradigma pertimbangan bagi setiap keputusan manajemen yang dilakukan pelaku bisnis. Di sini fungsi

---

<sup>37</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Business And Economic Ethics*, 13.

tujuan berkaitan erat dengan etika yaitu kesjahteraan bersama yang menjadi tujuan yang ingin dicapai.<sup>38</sup>

## B. Dasar Hukum

Al-Qur'an menegaskan bahwa bisnis itu adalah tindakan yang halal dan dibolehkan. Perdagangan yang jujur dan bisnis yang transparan sangat dihargai, direkomendasikan dan dianjurkan.<sup>39</sup>

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ  
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya : *Dan katakanlah: "bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan (QS. At-Taubah : 105 ).*<sup>40</sup>

Al-Qur'an dalam mengajak manusia untuk mempercayai dan mengamalkan tuntutan-tuntutannya dalam segala aspek kehidupan seringkali menggunakan istilah-istilah yang dikenal dalam dunia bisnis, seperti jual beli, untung-rugi, dan sebagainya. Dalam konteks al-Qur'an menjanjikan :

﴿ إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَىٰ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنَّ لَهُمُ الْجَنَّةَ  
يُقْتَلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ ۖ وَعَدًّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي

<sup>38</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islami*, 12.

<sup>39</sup> Muhammad Djakfar, *Agama, Etika, Dan Ekonomi* (UIN-Maliki Press, 2014), 147.

<sup>40</sup> Depag RI, *Al-Qur'an* (Kudus : Fa. Menara), 204.

التَّورَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا  
بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ ۚ وَذَٰلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ﴿١١١﴾

Artinya : *Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. mereka berperang pada jalan Allah; lalu mereka membunuh atau terbunuh. (itu telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam taurat, injil dan al-Quran. dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan itulah kemenangan yang besar. (QS. At-Taubah : 111)*<sup>41</sup>

Pada ayat tersebut, mereka yang tidak ingin melakukan aktivitas kehidupannya kecuali bila memperoleh keuntungan semata, dilayani (ditantang) oleh al-Qur'an dengan menawarkan satu bursa yang tidak mengenal kerugian dan penipuan.<sup>42</sup>

Manusia mempunyai kebebasan dalam usaha, akan tetapi mereka tetap terikat pada norma-norma yang ditentukan agar hasil bisnis yang diusahakan menjadi halal dan barakah karena prosedur perolehannya sah menurut al-Qur'an. Disinilah arti penting agar dalam aktivitas bisnis perlu memperhatikan keadilan, keterbukaan, menghindari praktik riba dan lain sebagainya yang bisa menciderai nilai-nilai etika yang harus dihormati.<sup>43</sup>

Menurut al-Qur'an, bisnis yang menguntungkan adalah bisnis yang tidak hanya mengejar keuntungan duniawi yang berjangka pendek dan untuk kepentingan sesaat, tetapi keuntungan yang bisa dinikmati di akhirat yang kekal dan abadi. Oleh karena itu, agar sebuah bisnis sukses dan

<sup>41</sup>Ibid, 205.

<sup>42</sup> Muhammad, Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, 44.

<sup>43</sup> Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi*, 147.

menghasilkan untung, hendaknya bisnis itu didasarkan atas keputusan yang sehat, bijaksana, dan hati-hati. Artinya, keputusan dalam masalah bisnis janganlah sekali-kali karena keputusan yang gegabah atas dorongan hawa nafsu. Jika hal ini terjadi justru akan membawa konsekuensi yang kurang menguntungkan dalam bisnis yang seharusnya di perhitungkan bagi pelakunya. Selain itu al-Qur'an memerintahkan pada orang-orang yang beriman untuk menjaga amanah dan menjaga janjinya, memerintahkan mereka untuk adil dan moderat dalam perilaku mereka terhadap Allah.<sup>44</sup>

### C. Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

Keberkahan usaha merupakan kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah SWT.<sup>45</sup> Maka prasyarat untuk memperoleh keberkahan atas nilai transenden seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip-prinsip etika bisnis yang telah digariskan dalam Islam, antara lain:<sup>46</sup>

#### 1. Kesatuan (*Tawhīd*)

Kesatuan ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Allah. Kenyataan ini secara khusus menunjukkan dimensi vertikal Islam yang menghubungkan institusi-institusi sosial yang terbatas dan tak sempurna dengan dzat yang sempurna dan tak terbatas. Hubungan vertikal ini merupakan wujud penyerahan diri manusia secara penuh

---

<sup>44</sup>Ibid, 154.

<sup>45</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Business And Economic Ethic*, 28.

<sup>46</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press, 2007), 21.

tanpa syarat di hadapan Allah, dengan menjadikan keinginan, ambisi, serta perbuatannya tunduk pada titah-Nya:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾

Artinya: *Katakanlah: sesungguhnya sembahyangku, ibadahku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. (Q.S. Al-An'ām: 162)*<sup>47</sup>

Kemudian dalam penerapannya berdasarkan prinsip keesaan ini, maka pengusaha muslim dalam melakukan entitas bisnisnya tidak akan melakukan paling tidak tiga hal: Pertama, diskriminasi diantara pekerja, penjual, pembeli, pemasok, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, jenis kelamin atau agama. Kedua, terpaksa atau dipaksa untuk melakukan praktik-praktik mal bisnis karena ia hanya takut dan cinta kepada Allah. Ketiga, menimbun kekayaannya dengan penuh keserakahan karena konsep amanah sangat penting bagi seorang muslim dan semua harta hanya bersifat sementara maka harus dengan bijaksana.<sup>48</sup>

## 2. Keseimbangan

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat *al-Mā'idah* ayat 8 yaitu:

<sup>47</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Lubuk Agung), 131.

<sup>48</sup>Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, 35.

وَأَذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَمِيثَاقَهُ الَّذِي وَاثَقَكُمْ بِهِ إِذْ قُلْتُمْ سَمِعْنَا وَأَطَعْنَا وَأَتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ بِذَاتِ الصُّدُورِ ﴿٥٧﴾

Artinya: “Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”<sup>49</sup>

Pada dataran ekonomi, konsep keseimbangan menentukan konfigurasi aktivitas-aktivitas distribusi, konsumsi serta produksi yang terbaik, dengan pemahaman yang jelas bahwa kebutuhan seluruh anggota masyarakat yang kurang beruntung dalam masyarakat Islam di dahulukan atas sumber daya riil masyarakat. Tidak terciptanya keseimbangan sama halnya dengan terjadinya kedhaliman. Dengan demikian, Islam menuntut keseimbangan antara kepentingan diri dan kepentingan orang lain, antara kepentingan si kaya dan si miskin, antara hak pembeli dan hak penjual dan lain sebagainya.<sup>50</sup>

Penerapan konsep keseimbangan ini sebagai contoh adalah Allah memperingatkan para pengusaha muslim untuk menyempurnakan takaran timbangan dalam jual beli. Sangat menarik untuk mengetahui makna ‘*adl*’ adalah keadilan atau kesetaraan. Secara keseluruhan Islam

<sup>49</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya* (Bandung: Lubuk Agung), 107.

<sup>50</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam*, 15.



ingin mengekang kecenderungan sikap serakah manusia dan kecintaanya untuk memiliki barang-barang.<sup>51</sup>

### 3. Kehendak Bebas

Dalam pandangan Islam, manusia dianugerahi potensi untuk berkehendak dan memilih di antara pilihan-pilihan yang beragam, kendati kebebasan yang dimiliki Allah.<sup>52</sup> Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak, dan sedekah.<sup>53</sup> Allah berfirman dalam surat an-Nisa' ayat 29.

يَأْيُهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*<sup>54</sup>

<sup>51</sup> Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, 37.

<sup>52</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam*, 16.

<sup>53</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam*, 46.

<sup>54</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Lubuk Agung), 90.

Penerapan konsep kehendak bebas dalam etika bisnis Islam ialah manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Seorang muslim yang telah menyerah hidupnya pada kehendak Allah akan menepati semua kontrak yang telah ia buat.<sup>55</sup>

#### 4. Tanggung Jawab

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.<sup>56</sup>

Manusia harus berani mempertanggung jawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia, bahkan yang paling penting adalah kelak di hadapan Allah. Bisa saja, karena kelihaiannya, manusia mampu melepaskan tanggung jawab perbuatannya yang merugikan manusia, namun kelak ia tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab di hadapan Allah Yang Maha Mengetahui.

Konsep tanggung jawab dalam Islam, paling tidak karena dua aspek fundamental. Pertama, tanggung jawab yang menyatu dengan status kekhalfahan wakil Allah di muka bumi. Kedua, konsep tanggung

---

<sup>55</sup> Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, 39.

<sup>56</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam*, 46.

jawab dalam Islam pada dasarnya bersifat sukarela, tanpa paksaan. Dengan demikian, prinsip ini membutuhkan pengorbanan, hanya saja bukanlah berkonotasi yang menyengsarakan. Ini berarti bahwa manusia (yang bebas) di samping harus sensitive terhadap lingkungannya, sekaligus juga harus peka terhadap konsekuensi dari kebebasan sendiri.<sup>57</sup>

Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam misalnya jika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri.<sup>58</sup>

#### 5. Kebenaran (Kejujuran dan Kebajikan)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu

---

<sup>57</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam*, 17.

<sup>58</sup> Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, 42.

pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.<sup>59</sup>

Mengenai penerapan konsep kebenaran, kebajikan dan kejujuran al –Ghazali merumuskan enam kebajikan berikut:

- a. Jika seorang membutuhkan maka rang lain harus memberikannya dengan mengambil sedikit keuntungan, jika sang pemberi melupakan keuntungan maka hal itu lebih baik.
- b. Jika membeli sesuatu dari orang miskin, akan lebih baik bagi dirinya membayarnya sedikit berlebih.
- c. Dalam mengabdikan hak pembayaran dan pinjaman, seseorang harus bertindak bijaksana dengan memberi waktu banyak bagi peminjam.
- d. Sudah sepantasnya mereka yang ingin mengembalikan barang yang telah dibeli seharusnya diperbolehkan demi kebajikan.
- e. Merupakan tindakan yang baik bagi sang peminjam bila membayar hutangnya tanpa diminta.
- f. Ketika menjual secara kredit, seseorang harus cukup bermurah hati tidak memaksa membayar jika seseorang tidak mampu membayar dalam waktu yang ditetapkan.

Dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh prestasi (keuntungan), namun hak pembeli harus tetap dihormati. Dalam arti

---

<sup>59</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam*, 46.

penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli, terlepas apakah ia sebagai konsumen tetap maupun bebas.<sup>60</sup>

#### **D. Perilaku Mulia Pelaku Bisnis Islam**

Bisnis apapun bagi kebanyakan orang yang sukses sesungguhnya adalah pelaku bisnis yang berperilaku mulia. Bukan sekedar mulia, tetapi juga memberi kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan usaha bagi pelaku bisnis. Diantara pelaku mulia dan sikap positif yang harus dimiliki oleh sang pelaku bisnis adalah:

##### **1. Bekerja Keras Dengan Iklan Dan Mencintai Pekerjaan**

Dalam berbisnis motofasinya bisa beranekaragam, namun yang terbaik adalah untuk beribadah kepada Allah saw bukan untuk uang. Bentuk ibadah seseorang kepada Allah saw dapat dibuktikan dengan melaksanakan ikhtiar dan diimbangi dengan bekerja keras.<sup>61</sup>

##### **2. Hidup Tertib Dan Penuh Disiplin**

Pelaku bisnis yang baik adalah mereka yang membiasakan diri untuk selalu tertib dan disiplin, baik sebagai manager maupun sebagai karyawan, baik berusaha sendiri maupun berusaha bersama. Karena itu para pelaku bisnis tidak hanya sejahtera secara lahiriyah tetapi juga sejahtera secara spikis.<sup>62</sup>

---

<sup>60</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam*, 31.

<sup>61</sup> Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam* ( Bandung: Alfabeta. 2011), 46

<sup>62</sup> *Ibid.*, 37.

## E. Persaingan Usaha Dalam Etika Bisnis Islam

### 1. Pengertian Persaingan Usaha

Persaingan berasal dari kata dasar “saing” yang berarti berlomba atau (mengatasi, dahulu mendahului) dengan kata lain yakni usaha untuk memperhatikan keunggulan masing-masing yang dilakukan perseorangan atau badan hukum dalam bidang perdagangan.<sup>63</sup> Persaingan adalah proses social yang melibatkan individu atau kelompok yang saling berlomba dan berbuat sesuatu untuk mencapai kemenangan tertentu.<sup>64</sup> Pesaing merupakan perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang di tawarkan. Kualitas manusia akan meningkat akibat adanya persaingan yang sehat. Manusia pesaing adalah orang-orang yang secara sadar berlatih dan bekerja keras untuk bersaing dan memenangkan persaingan itu.<sup>65</sup>

Ada tiga macam bentuk dasar industry/pasar oleh para ahli ekonomi di bagi menjadi: persaingan sempurna, monopoli, persaingan tidak sempurna.

- a. Persaingan sempurna, dicirikan oleh : sifat produk yang homogeny, semua perusahaan mengrtahui akan pasar, teknologo dan akses pemasok sama, tidak ada hambatan keluar masuk bagi perusahaan

<sup>63</sup>Andini dan aditya, *kamus besar bahasa Indonesia*. Surabaya: prima media. 2002.382

<sup>64</sup><http://www.temukanpengertian.com/2013/09/pengertian-pengertian.html?m=1>

<sup>65</sup><http://indraputrabintan.blogspot.co.id/2013/03/analisis-situasi-pasar-da-analisis.html?m=1>

lama dan baru, banyak penjual dan pembeli sehingga harga tergantung pada pasar.

- b. Monopoli merupakan lawan dari persaingan sempurna, karena hanya ada satu penjual dengan produk yang sangat unik, tidak ada produk pengganti sehingga penjual dapat mempengaruhi harga.
- c. Persaingan tidak sempurna terdiri dari dua bentuk :yakni monopoli dan oligopoly, monopolistik dicirikan banyak penjual namun produk-produknya memiliki perbedaan sehingga produk-produk ini bersaing atas dasar harga tetapi produk berbeda. Sehingga oligopoly dicirikan sedikitnya penjual produk relative homogeny, perubahan harga yng dilakukan oleh salah satu produsen akan menimbulkan reaksi produsen lain.

## 2. Faktor-Faktor Persaingan Usaha

Adapun faktor-faktor dari perusahaan usaha, yaitu :

- a. Produk yang di perjual belikan sama
- b. Saluran distribusi sama
- c. Adanya naik turun harga
- d. Pemasok produksi sama

## 3. Jenis-jenis Persaingan Usaha

Menurut Normin S. Pakpahan, persaingan usaha dapat berbentuk persaingan sehat (*perfect competition*) dan persaingan tidak sehat (*imperfect competition*).

a. Persaingan Sehat (*perfect competition*)

- 1) Menjamin persaingan di pasar yang *inheren* dengan pencapaian efisiensi ekonomi di semua bidang kegiatan usaha dan perdagangan.
- 2) Menjamin kesejahteraan konsumen serta melindungi kepentingan konsumen.
- 3) Membuka peluang pasar yang seluas luasnya dan menjaga agar tidak terjadi konsentrasi kekuatan ekonomi pada kelompok tertentu.<sup>66</sup>

Dalam skema persaingan sehat terdapat beberapa pengenalan khusus diantaranya sebagai berikut:<sup>67</sup>

- 1) Terdapat banyak pembeli dan penjual.
- 2) Produk yang ditawarkan bersifat homogen.
- 3) Tidak ada larangan masuk kepasar.
- 4) Memperoleh informasi yang cukup terhadap keadaan pasar.

b. Persaingan Tidak Sehat (*Unperfect Competition*)

Persaingan tidak sehat dapat dibedakan menjadi dua kategori:<sup>68</sup>

- 1) Tindakan anti persaingan

Tindakan anti persaingan, adalah tindakan yang bersifat menghalangi atau mencegah terjadinya persaingan, yaitu suatu

---

<sup>66</sup> Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 42.

<sup>67</sup> Ibid, 47.

<sup>68</sup> Ibid, 52-56.



tindakan untuk menghindari persaingan jangan sampai terjadi. Tindakan seperti ini digunakan oleh pelaku usaha yang ingin memegang posisi monopoli, dengan mencegah calon pesaing atau menyingkirkan pesaing secara tidak wajar.

## 2) Tindakan Persaingan Curang

Ciri menonjol dari penggunaan istilah “tindakan anti persaingan dan tindakan persaingan curang” Keduanya bisa dianggap memiliki pola-pola persamaan, dalam arti sama-sama merupakan perilaku usaha yang tidak dikehendaki.

Konsep yang jujur (*fair competition*) dan persaingan curang muncul berkaitan dengan metode persaingan. Yang menyatakan bahwa persaingan curang sebagai persaingan yang melanggar moral yang baik.

Dalam dunia perdagangan (persaingan bisnis), Islam sebagai salah satu aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang jelas dan rinci tentang hukum dan etika persaingan, serta telah disesuaikan dengan ajaran-ajaran Islam. Hal itu dimaksudkan dengan tujuan untuk menghindari adanya persaingan-persaingan yang tidak sehat. Paling tidak ada tiga unsur yang perlu untuk dicermati dalam membahas persaingan bisnis menurut Islam yaitu:<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press Cet 1, 2009) 97- 107.

a. Pihak – pihak yang bersaing

Manusia merupakan pusat pengendali persaingan bisnis. Ia akan menjalankan bisnisnya terkait dengan pandangannya tentang bisnis yang digelutinya. Hal terpenting yang berkaitan dengan faktor manusia adalah segi motivasi dan landasan ketika ia menjalankan praktik bisnisnya, termasuk persaingan yang terjadi di dalamnya. Bagi seorang muslim, bisnis yang dia lakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang dia peroleh tersebut adalah rezeki tidak akan lari ke mana-mana. Bila bukan rezekinya, sekuat apa pun orang mengusahakan, ia tidak mendapatkannya. Begitupun sebaliknya. Tugas manusia adalah melakukan usaha untuk mendapatkan rezeki dengan cara yang sebaik-baiknya. Salah satunya dengan jalan berbisnis. Ia tidak sedikit pun akan kekurangan rezeki atau kehilangan rezekinya hanya karena anggapan rezeki itu “diambil” pesaingnya.

Keyakinan bahwa rezeki semata-mata datang dari Allah SWT akan menjadi kekuatan ruhiyah bagi seorang pebisnis muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakal yang kokoh dalam berbisnis. Selama berbisnis, ia senantiasa sandarkan segala sesuatunya kepada Allah. Manakala bisnisnya memenangkan persaingan, ia bersyukur. Sesuai firman Allah dalam Surah Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Artinya: “Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” (QS Al-Mulk: 15)<sup>70</sup>

Sebaliknya, ketika terpuruk dalam bersaing, ia bersabar. Intinya, segala keadaan ia hadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya. Insya Allah perasaan *stress* atau tertekan semestinya tidak menimpa pebisnis muslim.

Dalam hal kerja, Islam memerintahkan setiap muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana telah memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini, persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesainglainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.

Tak salah kiranya jika dalam Islam senantiasa mengajarkan kepada umatnya untuk memiliki etos kerja yang tinggi, dan itu harus dibuktikan dengan cara berlomba-lomba dalam kebaikan. Sehingga jika setiap pebisnis mau memegang prinsip itu, maka besar kemungkinan bahwa kompetisi yang ada bukanlah

<sup>70</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahannya Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Hadist Sahih*, 563.

persaingan untuk mematikan yang lain. tetapi lebih ditekankan sebagai upaya untuk bisa memberikan yang terbaik bagi orang lain dengan usaha yang ia kelola.

b. Segi cara bersaing

Berbisnis adalah bagian dari muamalah. Karenanya, bisnis juga tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur masalah muamalah. Karenanya, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami, oleh karena itu harus dihilangkan. Sedangkan praktisi persaingan yang harus dikedepankan adalah bersaing secara sehat, tidak saling manjatuhkan.

Dalam berbisnis, setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain seperti rekanan bisnis dan pesaing bisnis. Sebagai hubungan interpersonal, seorang pebisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Hanya saja, tidak mungkin bagi pebisnis muslim bahwa pelayanan terbaik itu diartikan juga memberikan “servis” dengan hal yang dilarang syariah.

Dalam berhubungan dengan rekanan bisnis, setiap pebisnis muslim haruslah memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis. Dalam berakad, haruslah sesuai dengan kenyataan tanpa manipulasi. Misalnya saja, memberikan

sampel produk dengan kualitas yang sangat baik, padahal produk yang dikirimkan itu memiliki kualitas jelek.<sup>71</sup>

Rasulullah saw. memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangnya. Walaupun ini tidak berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut. Secara alami, hal-hal seperti ini ternyata justru mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya.

Sementara itu, kaitannya dengan cara berbisnis yang islami, negara harus mampu menjamin terciptanya sistem yang kondusif dalam persaingan. Pemerintah tidak diperkenankan memberikan fasilitas khusus kepada seseorang atau sekelompok bisnis tertentu semisal tentang teknologi, informasi pasar, pasokan bahan baku, hak monopoli, atau penghapusan pajak. Hal yang demikian tak ubahnya sebagai praktik kolusi, dan hal itu sangat dibenci dalam Islam. Maka dari itu pemberian fasilitas, kenyamanan, keamanan dalam berbisnis harus diberikan sama dan rata oleh pemerintah

---

<sup>71</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam, Semarang* : Walisongo Pres Cet 1, 2009. 21

kepada siapapun yang menjalankan bisnis, dan yang lebih penting harus benar-benar disesuaikan dengan aturan syari'ah.

c. Hal/objek yang dipersaingkan

Selain pihak yang bersaing, cara bersaing Islam memandang bahwa produk (baik barang/jasa) merupakan hal terpenting dalam persaingan bisnis. Islam sendiri memberikan penegasan bahwa barang atau produk yang dipersaingkan harus mempunyai satu keunggulan. Dan beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut:

- 1) Produk. Produk yang dipersaingkan baik barang dan jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing.
- 2) Harga. Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing.
- 3) Tempat. Tempat yang digunakan harus baik, sehat, bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti barang yang dianggap sakti untuk menarik pengunjung.
- 4) Pelayanan. Islam juga sangat menekankan pentingnya sebuah pelayanan dalam usaha bisnis. Suatu bisnis akan senantiasa berkembang dan sukses manakala ditunjang dengan adanya

pelayanan terbaik. Misalnya dengan keramahan, senyum kepada para konsumen akan semakin baik dalam berbisnis.<sup>72</sup>

## F. Penyelesaian Masalah

### 1. Strategi penyelesaian masalah

Menurut Hugh Miall (2002:65) bahwa penyelesaian masalah dapat dibedakan sebagai berikut :

#### a. Strategi Kompetisi

Merupakan penyelesaian masalah yang menggambarkan satu pihak mengalah atau mengorbankan yang lain.

#### b. Strategi Akomodasi

Merupakan penyelesaian masalah yang menggambarkan kompetisi bayangan cermin yang memberikkan keseluruhannya penyelesaian pada pihak lain tanpa ada usaha memperjuangkan tujuannya sendiri.

#### c. Strategi Kolaborasi

Merupakan bentuk usaha penyelesaian masalah yang memuaskan kedua belak pihak.

#### d. Strategi Penghindaran

Menghindari konflik dapat dihindarkan jika isu atau masalah yang memicu konflik tidak terlalu penting atau jika potensi konfrontasinya tidak seimbang dengan akibat yang akan di timbulkannya. Penghindaran merupakan strategi yang memungkinkan pihak-pihak yang berkonfrontasi untuk menenangkan diri.

---

<sup>72</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang : Walisongo Pres Cet 1, 2009. 25

e. Strategi Kompromi atau Negosiasi

Masing-masing memberikkan dan menawarkan sesuatu pada waktu bersamaan dan saling memberi atau menerima, serta meminimalkan kekurangan semua pihak yang dapat menguntungkan semua pihak.<sup>73</sup>



---

<sup>73</sup> Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2011. 19



**BAB III**

**PRAKTIK PERSAINGAN USAHA PEDAGANG**

**DI PASAR TRADISIONAL SOMOROTO DESA SOMOROTO**

**KECAMATAN KAUMAN KABUPATEN PONOROGO**

**A. Profil Pasar Somoroto**

Pasar Somoroto adalah salah satu pasar tradisional yang terhitung paling ramai di Kabupaten Ponorogo. Terletak sekitar 7 km arah barat dari pusat Kota Ponorogo, Pasar Somoroto menjadi “jujukan” warga tidak hanya dari Kecamatan Kauman namun juga wilayah lain seperti Sampung, Balong bahkan juga warga dari kawasan dari perbatasan Ponorogo-Wonogiri. Beragam komoditas dijual di Pasar Somoroto, dari hasil pertanian, perkebunan hingga hewan unggas. Saat ini pasaran, pedagang berjajar hingga kurang lebih 500 M ke selatan pasar. Di Pasar Somoroto ada sekitar 265 pedagang lapak, pemilik lapak dan 41 pemilik kios dan 40 pedagang diluar (pelataran) Pasar Somoroto. Pasar Somoroto mulai beroperasi mulai pukul 01.00 WIB malam dan tutup pada pukul 17.00 WIB.

Desa Somoroto adalah desa yang terletak di Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo. Desa Somoroto terdiri dari 35 RT, 11 RW dan 4 Dusun yaitu Dusun Wetan, Dusun Tengah, Dusun Niten dan Dusun Demalang. Letak Somoroto dari pusat Pemerintahan Kecamatan berjarak 1 km, Desa Somoroto dari Kabupaten berjarak 8 km. luas wilayah Desa Somoroto yaitu 443 ha. Desa Somoroto memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut :

- Sebelah utara : Desa Kauman
- Sebelah timur : Desa Plosojenar
- Sebelah selatan : Semanding
- Sebelah barat : Desa Maron

#### 1. Kondisi Topografi

Kondisi merupakan gambaran kenampakan muka bumi atau sebagian permukaan bumi yang meliputi ketinggian tempat dan kemiringan lahan merupakan unsur penting dalam topografi. Faktor yang paling penting dalam mengetahui topografi suatu daerah adalah relief. Relief merupakan tinggi rendahnya tempat permukaan bumi dengan permukaan air laut. Desa Somoroto memiliki ketinggian tempat 150 meter diatas permukaan air laut.

#### 2. Tata Guna Lahan

Desa Somoroto memiliki lahan yang secara umum dimanfaatkan sebagai lahan pertanian dan lahan non pertanian. Lahan pertanian terbagi atas sawah dan non sawah, sedangkan untuk non pertanian dikelompokkan menjadi rumah, bangunan, jalan, sungai, lahan tandus, lapangan. Penggunaan lahan di Desa Somoroto untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel I berikut ini.

**Tabel 3.1 Penggunaan Lahan**

No	Jenis Penggunaan Lahan	Luas (Ha)	Presentase (%)
1.	Lahan pertanian: sawah dan non sawah	385	86,9%
2.	Bangunan, Rumah dan Halaman	46	10,4%

3.	Jalan, Sungai, Lahan tandus dll	12	2,7%
	Jumlah	443	100%

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa luas keseluruhan Desa Somoroto 433 Ha. Luas lahan pertanian lebih tinggi sebesar 86,9%, namun untuk pemanfaatan lahan bangunan yang memiliki luas sebesar 46 Ha dengan presentase 10,4% sangat diperlukan untuk kegiatan kelompok kesenian dan pengrajin dalam mengkreasikan kesenian Reyog Ponorogo.

### 3. Iklim

Setiap wilayah memiliki iklim yang mencirikan wilayah tersebut. Iklim adalah merupakan rata-rata keadaan cuaca dalam jangka waktu yang cukup lama minimal 30 tahun yang sifatnya tetap. Desa Somoroto memiliki rata-rata suhu udara sebesar 30,5 derajat celcius dan memiliki temperatur rata-rata harian 25,9 derajat celcius. Desa Somoroto memiliki curah hujan rata-rata 2.000 mm per tahun.

Faktor iklim mempengaruhi produktifitas untuk menentukan aktifitas manusia. Musim penghujan baik pengrajin maupun pelaku paguyuban jarang melakukan aktifitas karena berkurangnya jumlah wisatawan yang berkunjung dipengaruhi keadaan iklim.<sup>74</sup>

## B. Deskripsi Praktik Persaingan Usaha Para Pedagang Pasar

Dalam era globalisasi ini, bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dalam memenuhi kebutuhan manusia. Salah satu tempat

<sup>74</sup> Abbima Indra Nurcahya, "Jangkauan Wilayah Pelayanan Pasar Tradisional Somoroto Di Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo," *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan*, Volume 2, Nomor 2, Agustus (2014), 159-166

berlangsungnya kegiatan bisnis adalah pasar. Pasar merupakan tempat bertemunya para penjual dan pembeli.

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut harus sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Di Pasar Somoroto tersebut banyak ditempati para pedagang dengan beraneka ragam barang dagangannya. Secara umum persaingan di Pasar Somoroto tersebut sudah cukup sehat akan tetapi masih ada sebagian kecil pedagang yang melakukan kecurangan-kecurangan dalam persaingan yang mengakibatkan dampak merugikan orang lain. Seperti persaingan dalam segi harga, kualitas produk, dan pelayanan. Ada sebagian pedagang memberikan harga produknya lebih rendah daripada harga pesaing dengan tujuan mematikan pesaingnya. Hal inipun menimbulkan reaksi dari sebagian pedagang. Pedagang yang mempunyai modal besar akan merendahkan barang dagangannya untuk menjatuhkan para pedagang yang mempunyai modal sedikit atau pas-pasan, dan ada pula yang meninggikan barang dagangannya, sehingga merugikan konsumen yang membeli barang tersebut.<sup>75</sup> Ada juga mengenai pelayanan di mana pelayanan juga sangat mempengaruhi banyak sedikitnya pembeli, jika pelayanan sangat ramah murah senyum sabar tlaten pasti banyak pembeli yang suka belanja di tempat tersebut, tapi sebaliknya jika pelayanannya kurang memuaskan, pedagang judes tidak ada senyum-senyumnyanya terhadap pembeli maka pembelipun

---

<sup>75</sup> Abdullah Siddik, *Inti Dasar Hukum Dagang Islam*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1993), Cet-1, 04.

enggannya atau malas belanja di tempat tersebut. Dan soal produk yang mereka jualpun dari kualitasnya juga harus bagus, namun kebanyakan pembeli memilih barang yang biasa-gak terlalu jelek dan gak terlalu bagus yang penting murah, kebiasaan di pasar yang para pembeli negosiasi dengan penjual itu wajar tinggal para penjual harus pandai-pandai memainkan harga agar para penjual dapat untung dan pembeli pun merasa puas.

Di sisi lain selain kualitas yang membuat para pembeli lebih cerdas memilih, juga dari sisi tempat berjualan yang menjadi salah satu persaingan dalam usaha, ada yang tempatnya juga disewa atau ditempati pedagang lain tapi beberapa hari kemudian tempat itu ditempati orang lain dan penjual sebelumnya akhirnya mengalah dan pindah tempat yang lain.

Berikut ini adalah wawancara penelitian dengan subjek penelitian, yakni para pedagang sebanyak 7 orang, 5 di antaranya sudah sesuai dengan etika bisnis yang ada dan 2 di antaranya belum sesuai dengan etika bisnis Islam.

Persaingan usaha antar pedagang yang terjadi di pasar Somoroto semakin ketat, dikarenakan banyaknya pedagang baru yang berjualan di pasar Somoroto, selain itu antara pedagang saling banting harga. Ada juga tawar-menawar antara penjual dengan pembeli biasanya jika si pembeli menawar satu atau dua kali tapi tidak mendapatkan si pembeli akan pergi, lalu pergi ke pedagang lain untuk membandingkan harga. Selain itu dari segi produk para penjual bersaing dengan cara barang pengganti yang dimiliki pedagang lain

agar bisa bersaing dengan pedagang lain. Sebagaimana yang di ungkapkan oleh ibu soinem :

“Di sini yang jualan semakin banyak lo mbk jadi otomatis persaingannya juga semakin ketat, dan banyak penjual yang banting harga untuk menarik para konsumen, serta ada juga lo mbk yang barang jualannya di ganti biar sama dengan pedagang lain”<sup>76</sup>

Berbeda dengan ibu sri yang menetapkan harga sesuai dengan harga pasar serta menyesuaikan dengan darimana asal barang dagangannya itu di ambil atau di beli untuk di jual kembali. Membanting harga bukanlah untuk terlihat laris akan tetapi tergantung kita pemasok barang darimana. Seperti yang di paparkan ibu sri maryah :

“Di sini banyak para pedagang yang melakukan banting harga lo mbk, tapi setiap pedagang sembako membeli barang dagangannya dengan berbeda pemasok, mengambil barang langsung dari pengecer itu akan lebih murah di bandingkan stok barang di warung-warung besar dan itupun akan sangat mempengaruhi harga mbk”<sup>77</sup>

Pada dasarnya banyak para pedagang yang menetapkan harga sesuai dengan pengambilan barang tersebut yang banyak di ambil dari pemasok langsung dan tergantung bahan baku yang akan di jual dari segi kualitas juga akan berpengaruh. Seperti yang di paparkan oleh bapak Rudi sebagai penjual bakso :

“Kalau soal harga ya mbk, saya memberi harga bakso ini sesuai dengan bahan baku yang saya gunakan, kalau bahan bakunya mahal otomatis saya juga akan menjual agak mahal begitu juga sebaliknya, tapi di sisi saya menjual bakso harga dan porsi juga sesuai kog mbk, karna untuk menarik konsumen tidak hanya dari segi harga saja mbk, tapi juga pelayanannya harus baik dan tempatnya yang nyaman dan bersih, gituuu mbk.”<sup>78</sup>

---

<sup>76</sup> Ibu Soinem, *Hasil Wawancara*, 20 September 2019.

<sup>77</sup> Ibu Maryah, *Hasil Wawancara*, 20 September 2019.

<sup>78</sup> Bapak Rudi, *Hasil Wawancara*, 20 September 2019.

Dari penjelasan yang bapak rudi ungkapkan bahwa beliau menetapkan harga sesuai dengan harga bahan baku yang bapak rudi gunakan, dan selain dari segi harga untuk menarik konsumen bapak rudi juga melakukan pelayanan sebaik mungkin untuk agar para konsumennya merasa puas dan akan kembali ke kedainya. Tidak berbeda halnya dengan bapak rudi, Ibu ayu juga memaparkan bahwa :

“Kalau saya ya mbk di sinikan persaingan usaha antara para penjual memang sangat ketat, akan tetapi di sini cara saya untuk menarik para pelanggan itu dengan menunjukkan kualitas barang dari berbagai tingkatan, jadi apara konsumen bisa memilih sendiri mbk mau yang mana, serta juga pelayanan yang memuaskan, ramah dan berkomunikasi yang baik sama pelanggan itu adalah cara saya gunakan juga untuk mendapatkan pelanggan atau konsumen yang banyak”.<sup>79</sup>

Dari yang di jelaskan oleh ibu ayu selaku penjual yang ada di pasar ternyata tidak berbeda dengan apa yang di paparkan oleh Ibu Tanti :

“Saya di sinikan berjualan sudah cukup lama kurang lebih 3 tahun mbk, dan saya tau betul bagaimana cara manarik para konsumen, kan namanya orang jualan pasti ada persainganka mbk la sini saya menjual ayam potong dengan kualitas yang bagus agar para konsumen tidak kecewa, dan saya juga selalu ramah serta berbicara yang sopan terhadap para pembeli mbk, jadu namanya pelayanan itu sangat dibutuhkan mbk dalam menarik konsumen yang banyak”.<sup>80</sup>

Lain halnya dengan ibu sijum perihal mengenai kualitas produk dan pelayanan, Ibu sijum mengungkapkan bahwa :

“Aku iki menjual barang kaya gini pasti dengan kualitas yang bagus dong mbk, beda pastinya sama pedagang yang lain mereka menjual barang dagangannya banyak yang kualitasnya rendah dan harga jual tinggi, dan belum tentu produk yang mereka jual itu sama originalnya kaya punya saya”<sup>81</sup>

---

<sup>79</sup> Ibu Ayu, *Hasil Wawancara*, 22 September 2020.

<sup>80</sup> Ibu Tanti, *Hasil Wawancara*, 22 September 2020.

<sup>81</sup> Ibu Sijum, *Hasil Wawancara*, 22 September 2020.

Dari penjelasan yang ibu sijum paparkan bahwa beliau sangat percaya diri akan barang dagangannya dan menilai pedagang lain menjual barang yang memiliki kualitas produk yang di bawahnya dan belum tentu original. Dan sama halnya dengan bapak Ari Supanto beliau mengungkapkan bahwa :

“Yang namanya orang jualan mbk kadang ngapusi sitik gak papa lah demi menarik konsumen, saya menawarkan cabe misalnya ya mbk iku kie kualitasnya sama dengan pedagang lain tapi kadang saya bilang kalau produk saya lebih bagus jadi dengan harga yang sama para pembeli percaya dan mau belanja di tempat saya mbk, hal ini saya lakukan karna persaingan semakin ketat dan banyak para pedagang baru yang berdatangan untuk berjualan di sini”<sup>82</sup>

Dalam tanggapannya bapak ari atas pertanyaan saya beliau jujur dengan apa yang selama ini dia lakukan tapi bapak ari tidak selalu melakukan hal itu tetapi kadang kalau kepepet baru dia akan lakukan hal yang tidak seharusnya dia lakukan. Karena namanya dalam persaingan usaha itu harus sesuai dengan prinsip etika bisnis islam yang salam satunya adalah prinsip kejujuran.

### **C. Deskripsi Penyelesaian Persaingan usaha**

Sebenarnya persaingan dalam dunia bisnis itu bukanlah hal yang baru lagi karena sejak dulu ada pedagang yang bersaing dengan sehat namun ada juga yang bersaing dengan cara kotor sehingga tidak adil dan merugikan usaha pedagang lainnya.

Dalam hal ini penyelesaian masalah persaingan usaha yang ada di pasar tradisional somoroto ada beberapa cara, di antaranya dengan cara strategi negosiasi dan strategi penghindaran konflik.

---

<sup>82</sup> Bapak Ari Supanto, *Hasil Wawancara*, 22 September 2020.



Menurut penjelasan dari ibu maryah ( penjual sembako) :

“Kalau di sini jika ada konflik antar pedagang maka penyelesaiannya dengan jalan kekeluargaan atau dengan negosiasi, kalau di selesaikan dengan jalur hukumkan jadinya ribet mbak, kan kita juga yang repot, mending dengan jalan negosiasi atau kekeluargaan”.<sup>83</sup>

Jadi setiap masalah yang ada tidak harus di selesaikan dengan cara kekerasan atau hukum, tetapi bisa dengan acara damai, kekeluargaan atau negosiasi. Tidak jauh beda halnya dengan bapak rudi salah satu pedagang.

Menurut penjelasan dari bapak rudi ( penjual bakso) :

“Gini mbak, kalau semisal nih ada masalah antara kami para pedagang bakso selagi masalah itu bisa di selesaikan dengan jalan damai, kenapa tidak, semisal beda harga gitu dan tidak sesuai pasaran ya kita omongin baik-baik, kita negosiasi kan bisa jalan kekeluargaan. Gitu mbak.”<sup>84</sup>

Jadi tidak jauh berbeda dengan yang di katakana ibu maryah, bapak rudipun demikian jika ada suatu masalah dan masalah itu tidak terlalu besar maka bisa di selesaikan dengan jalan kekeluargaan atau negosiasi.

Menurut ibu tanti (penjual ayam potong) :

“Kalau saya ya mbak, jika saya dengan pedagang lain iyu mempunyai masalah entah dari segi harga, pelayanan ataupun kualitas, kan ada yang yang hrganya beda, pelayanan pasti kebanyakan samalah, kualitasnya ada juga yang beda ada yang sama gitu, jadi kalau ada masalah mengenai itu ya kita selesaikan dengan jalan baik-baik mbak, saya juga pernah di fitnah mbak katanya saya jual ayam potong yang gak layak pokoknya, ya selagi itu tidak menimbulkan kerugian saya yang cukup besar, aku mah bodo amat mbak, malah saya jadi semangat jualan dan buktin kalau kualitas ayam saya itu mantep”<sup>85</sup>

Jadi maksud dari penjelasan ibu tanti jika ada suatu masalah yang tidak terlalu membuat dia merugi, maka masalah itu bisa di selesaikan dengan jalan

---

<sup>83</sup>Ibu Maryah, *Hasil Wawancara*, 22 september 2019

<sup>84</sup>Bapak Rudi, *Hasil Wawancara*, 23 september 2019

<sup>85</sup>Ibu Tanti, *Hasil Wawancara*, 23 september 2019

menghindari konflik, artinya dia tidak terlalu menghiraukan isu yang ada tetapi dia membuktikan bahwa isu itu tidak benar adanya.



## BAB IV

### ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERSAINGAN USAHA DI PASAR TRADISIONAL SOMOROTO DESA SOMOROTO KECAMATAN KAUMAU KABUPATEN PONOROGO

#### A. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Di Pasar Tradisional Somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo

Islam merupakan salah satu agama yang dianut penduduk dunia dimana dalam ajarannya sangat mendorong kemajuan teknologi, termasuk berbagai inovasi dalam sistem perdagangan. Namun demikian, berbagai jenis cara berdagang ini harus dipahami benar dan dikaji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah dalam muamalah.<sup>86</sup>

Ekonomi dan praktik bisnis Islami berkaitan sangat erat dengan akidah dan syariah Islam sehingga seseorang tidak akan memahami pandangan Islam tentang ekonomi dan bisnis tanpa memahami dengan baik akidah dan syariah Islam. Keterikatan dengan akidah/kepercayaan menghasilkan pengawasan melekat pada dirinya sehingga terjalin hubungan harmonis dengan mitranya yang pada gilirannya akan mengantar kepada lahirnya keuntungan bersama, bukan sekedar keuntungan sepihak.<sup>87</sup>

---

<sup>86</sup> Desy Astrid Anindya, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua", *Jurnal At-Tawassuth*, Vol. II, No.2 (2017), 391.

<sup>87</sup> Quraish Shihab, *Bisnis Sukses Dunia Akhirat : Berbisnis Dengan Allah*, (Tangerang : Lentera Hati, 2011), 9.

Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan, atau aturan (norma) etika tersebut diwujudkan dalam bentuk aturan hukum. Sebagai kontrol terhadap individu pelaku dalam bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminasi.

Etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan. Sedangkan etika bisnis Islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi dalam melakukan usaha atau kontrak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.<sup>88</sup>

Jual beli merupakan suatu peristiwa di mana seseorang menyerahkan barangnya, dengan mendapatkan sejumlah uang atau harta (yang selanjutnya disebut penjual), kepada orang lain yang mana ia menyerahkan sejumlah ganti rugi, barang yang akan di terima sebagai harga kepada penjual (yang selanjutnya disebut sebagai pembeli), setelah ada persetujuan di antaranya mengenai barang dan harganya dengan dasar sama-sama rela serta ridho atas keduanya.<sup>89</sup>

Pada pembahasan kedua telah dipaparkan tentang teori yang berkaitan dengan data lapangan penelitian ini, dan data yang telah penulis peroleh

---

<sup>88</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 35-36.

<sup>89</sup> Qomarul Huda, *Fiqih Muamalah* (Yogyakarta: Teras, 2011), 51.

dipaparkan pada Bab III. Selanjutnya, pada bab ini penulis berusaha untuk menganalisis berdasarkan pada pembahasan sebelumnya.

Pasar Somoroto adalah salah satu Pasar Tradisional di Ponorogo yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Dalam Pasar Tradisional terjadi tawar-menawar, kebanyakan penjual menjual bahan-bahan kebutuhan sehari-hari berupa sayur mayur, buah, ikan, daging, sembako, pakaian, elektronik dan masih banyak lainnya.

Tingkat persaingan di dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut harus sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Di Pasar Somoroto tersebut banyak dijumpai para pedagang dengan beraneka ragam barang dagangannya. Secara umum persaingan di Pasar Somoroto tersebut sudah cukup sehat akan tetapi masih ada sebagian kecil pedagang melakukan kecurangan-kecurangan dalam persaingan yang mengakibatkan dampak merugikan orang lain. Berikut faktor-faktor yang dipertandingkan di Pasar Somoroto, meliputi:

1. Persaingan Penentuan Harga

Harga merupakan sesuatu yang sangat dipertimbangkan baik bagi para pedagang ataupun pembeli. Tidak jarang para pedagang melakukan banting harga atas barang yang mereka jual terlebih lagi jika melihat pedagang lain ramai di serbu pembeli.

Ramainya pembeli bukan semata-mata karena harga barang tersebut murah, tetapi memang kelengkapan dan kualitas dari barang tersebut terjamin. Dalam memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif dan tidak di perkenankan menjatuhkan pesaing lainnya karena pasar yang sehat adalah pasar yang melakukan persaingan bebas dalam artian harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran.

Persaingan harga yang terdapat di Pasar Somoroto bisa dikatakan kurang baik, karena harga yang di patok para pedagang satu dengan pedagang lain berbeda. Hal inilah yang menimbulkan persaingan. Jika pedagang yang menjual barang barangnya lebih murah atau di bawah harga maka akan mendapatkan banyak pembeli dan begitu pula sebaliknya, jika ada pedagang yang menjual barangnya lebih mahal dari pedagang lain maka pembeli akan sepi. Hal inilah yang membuat para pedagang berlomba-lomba mematok harga murah seperti yang di paparkan oleh ibu soinem.

Pedagang-pedang tersebut bersaing dengan cara perang harga yang artinya memberikkan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan pesaing lain demi mampu menggaet pelanggan sebanyak-banyaknya. Banyak pedagang yang mematok harga lebih murah atau di bawah harga supaya banyak pembeli dan sebaliknya jika barang yang di jual mahal maka pembeli akan sepi, inilah yang membuat para pedagang saling cemburu dengan pedagang lain yang barang dagangannya laku keras.<sup>90</sup>

---

<sup>90</sup> Ibu Soinem, *Hasil Wawancara*, 21 September 2019.

Penentuan harga sangatlah penting karena harga dapat mempengaruhi pendapatan atau laba penjual. Selain itu kualitas yang di jual tersebut juga sangat berpengaruh terhadap harga yang akan di patok.

Dalam teori Etika Bisnis Islam Al-Qur'an dalam mengajak manusia untuk mempercayai dan mengamalkan tuntutan-tuntutannya dalam segala aspek kehidupan seringkali menggunakan istilah-istilah yang dikenal dalam dunia bisnis, seperti jual beli, untung-rugi, dan sebagainya. Dalam konteks al-Qur'an menjanjikan :

﴿ إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَبْتٍ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدَّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبَشِرُوا ببيعكم الذي بايعتم به ۗ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ﴿١١١﴾

Artinya : *Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. mereka berperang pada jalan Allah; lalu mereka membunuh atau terbunuh. (itu telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam taurat, injil dan al-Quran. dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan itulah kemenangan yang besar. (QS. At-Taubah : 111)*<sup>91</sup>

Pada ayat tersebut, mereka yang tidak ingin melakukan aktivitas kehidupannya kecuali bila memperoleh keuntungan semata, dilayani

<sup>91</sup>Yayasan Wisma Damai, *Al-Qur'an Dengan Terjemahan Dan Tafsir Singkat* (Jakarta:YWD,2007), 245.

(ditantang) oleh al-Qur'an dengan menawarkan satu bursa yang tidak mengenal kerugian dan penipuan.<sup>92</sup>

Manusia mempunyai kebebasan dalam usaha, akan tetapi mereka tetap terikat pada norma-norma yang ditentukan agar hasil bisnis yang diusahakan menjadi halal dan barakah karena prosedur perolehannya sah menurut al-Qur'an. Disinilah arti penting agar dalam aktivitas bisnis perlu memperhatikan keadilan, keterbukaan, menghindari praktik riba dan lain sebagainya yang bisa menciderai nilai-nilai etika yang harus dihormati.<sup>93</sup>

Menurut al-Qur'an, bisnis yang menguntungkan adalah bisnis yang tidak hanya mengejar keuntungan duniawi yang berjangka pendek dan untuk kepentingan sesaat, tetapi keuntungan yang bisa dinikmati di akhirat yang kekal dan abadi. Oleh karena itu, agar sebuah bisnis sukses dan menghasilkan untung, hendaknya bisnis itu didasarkan atas keputusan yang sehat, bijaksana, dan hati-hati. Artinya, keputusan dalam masalah bisnis janganlah sekali-kali karena keputusan yang gegabah atas dorongan hawa nafsu. Jika hal ini terjadi justru akan membawa konsekuensi yang kurang menguntungkan dalam bisnis yang seharusnya di perhitungkan bagi pelakunnya. Selain itu al-Qur'an memerintahkan pada orang-orang yang beriman untuk menjaga amanah dan menjaga

---

<sup>92</sup> Muhammad, Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, 44.

<sup>93</sup> Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi*, 147.



janjinya, memerintahkan mereka untuk adil dan moderat dalam perilaku mereka terhadap Allah.<sup>94</sup>

Menurut teori etika bisnis islam, Mencari keuntungan dalam bisnis pada prinsipnya merupakan suatu perkara yang boleh dan dibenarkan oleh *shara'*. Tingkat laba atau keuntungan berapapun besarnya selama tidak mengandung unsur-unsur keharaman dan kezaliman dalam praktik pencapaiannya, maka hal itu dibenarkan *shara'*.<sup>95</sup> Sedangkan dalam etika bisnis Islam, pelaku bisnis tidak hanya sekedar mengejar keuntungan (nilai materi) yang sebanyak-banyaknya, tetapi juga berorientasi kepada sikap menolong orang lain dan juga didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.<sup>96</sup>

Manusia harus berani mempertanggung jawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia, bahkan yang paling penting adalah kelak di hadapan Allah. Bisa saja, karena kelihaiannya, manusia mampu melepaskan tanggung jawab perbuatannya yang merugikan manusia, namun kelak ia tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab di hadapan Allah Yang Maha Mengetahui.<sup>97</sup>

Pada dasarnya perdagangan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Barang siapa yang tidak beruntung perdagangannya, maka hal itu ia tidak melakukan usaha dengan baik dalam memilih dagangan atau dalam bermuamalah dengan orang lain.

---

<sup>94</sup>Ibid, 154.

<sup>95</sup> Adiwarmanto Karim, *Bunga Bank* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004) 162.

<sup>96</sup> Veitzal Rivai, *Islamic Business And Economic*, 39.

<sup>97</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, 17.

Namun jika keuntungan itu didapat dengan jalan yang dilarang hukumnya haram. Islam mengajarkan bahwa segala kegiatan muamalah dilakukan atas dasar tolong menolong. Ini mengandung arti bahwa dalam mencari harta untuk kebutuhan hidup jangan sampai dilakukan dengan cara-cara yang batil seperti penipuan dan muamalah yang ada unsur gharar.

Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam misalnya jika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri.<sup>98</sup>

Dari apa yang telah di paparkan di atas penerapan konsep tanggung jawab harus di miliki oleh para pedagang. Para pedagang harus adil dalam mencari keuntungan, dan juga sama sama menerapkan konsep kebebasan dengan tidak merugikan pedagang lain dengan pembantingan harga yang membuang para pedagang bersaing secara tidak wajar. Para pedagang memang bebas dalam memainkan harga, akan tetapi para pedagang satu sama lain juga harus memiliki rasa tanggung jawab dalam penentuan agar tidak merugikan pedagang lain.

## 2. Persaingan Pelayanan

Pelayanan yang baik menjadi suatu keharusan yang pasti di lakukan oleh para pedagang dalam mempromosikan barang dagangannya

---

<sup>98</sup> Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, 42.

serta memberi informasi kepada pembeli mengenai barang dagangannya. Seperti yang di paparkan oleh ibu sri maryah memberikan pelayanan yang baik adalah suatu keharusan karena baginya pembeli adalah raja.<sup>99</sup> Pedagang yang baik akan memberikan pelayanan yang baik pula terhadap pembeli sesuai dengan syariat islam yaitu ramah, jujur, tidak menyakiti perasaan pembeli dengan berbicara kata-kata yang kurang baik dan kasar. Para pedagang di Pasar Somoroto telah memberikan pelayanan yang baik terhadap pembeli karena bagi mereka pembeli itu adalah raja yang harus di layani dengan baik dan di berikan informasi yang jelas. Terkadang juga pedagang memberi bonus kepada pembeli karena telah membeli banyak barang dagangannya sebagai ucapan terimakasih.

Pelayanan di Pasar Somoroto menjadi hal wajib bagi para pedagang, karena pelayanan yang baik tersebut akan menarik hati si pembeli dan pembeli merasa puas. Para pedagang di Pasar Somoroto menggunakan berbagai macam strategi untuk memenangkan hati pembeli contohnya pedagang selalu menawarkan barangnya dengan ramah, murah senyum, grapyak, dan tidak menunjukkan wajah yang judes sinis dan tidak berkata kasar yang akan menimbulkan rasa tidak nyaman dan enggan mampir ke tempatnya ataupun membeli barang dagangannya.

Dalam menarik para konsumen memang pelayanan juga di perlukan agar konsumen merasa nyaman dan puas belanja di tempat para

---

<sup>99</sup> Ibu Siti Maryah, *Hasil Wawancara*, 21 September 2019

pedagang tersebut, namun bukan berarti para pedagang saling membicarakan antar pedagang yang saling berjualan, contohnya ada salah satu pedagang yang bilang kalau pedagang si A itu menjual barang dengan kualitas rendah namun harga selangit di banding pedang si B, intinya sesama pedagang ada yang saling menggosip yang belum tentu kebenarannya.

Menurut teori etika bisnis Islam, Dalam beraktifitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat al-Maidah ayat 8:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اَلَّا تَعْدِلُوْا ۗ اَعْدِلُوْا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿٨﴾

Artinya: *“Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”*<sup>100</sup>

Pada dataran ekonomi, konsep keseimbangan menentukan konfigurasi aktivitas-aktivitas distribusi, konsumsi serta produksi yang terbaik, dengan pemahaman yang jelas bahwa kebutuhan seluruh anggota masyarakat yang kurang beruntung dalam masyarakat Islam di dahulukan

<sup>100</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Lubuk Agung), 107.

atas sumber daya riil masyarakat. Tidak terciptanya keseimbangan sama halnya dengan terjadinya kedhaliman. Dengan demikian, Islam menuntut keseimbangan antara kepentingan diri dan kepentingan orang lain, antara kepentingan si kaya dan si miskin, antara hak pembeli dan hak penjual dan lain sebagainya.<sup>101</sup>

Berdasarkan data yang diperoleh ketika wawancara dalam praktik persaingan usaha di pasar somoroto ponorogo. Ketika mereka mengatakan bahwa dalam pelayanan para pedagang ada yang saling menjatuhkan satu sama lain. Mereka melakukan hal tersebut demi agar barang dangannya laku kerasa dan untuk memperoleh keuntungan yang banyak.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dikaitkan dengan teori yang ada, maka penulis menganalisis bahwa perbuatan yang dilakukan oleh para pedagang kepada pedagang lain telah melanggar prinsip kesatuan. Karena, dalam prinsip kesatuan ini, pengusaha muslim tidak akan melakukan diskriminasi diantara pedagang satu dengan pedagang lainnya. Namun, dalam kasus ini ada beberapa pedagang melakukan kebohongan kepada pembeli dengan cara menjatuhkan kualitas barang pedagang lain, sehingga ada beberapa pedagang yang merugi atas hal itu, dan juga membuat para konsumen bingung dan ragu atas barang dagangan yang di jual para pedagang.

---

<sup>101</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam*, 15.

### 3. Persaingan Kualitas Produk

Selain pihak yang bersaing, cara bersaing islam memandang bahwa (baik barang/jasa) merupakan hal terpenting dalam persaingan bisnis. Islam sendiri memberikan penegasan bahwa barang atau produk yang di persaingkan harus mempunyai satu keunggulan. Produk yang di persaingkan baik barang atau jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang di harapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing. Dalam persaingan usaha di Pasar Tradisional khususnya di Pasar Somoroto, para pedagang berlomba lomba untuk memenangkan hati konsumen dengan meningkatkan kualitas produk yang mereka jual. Akan tetapi tidak jarang para pedagang saling menjelekkkan pedagang lain karena milik pedagang lain laku keras dengan alasan memiliki produk yang sama tetapi kualitasnya berbeda, semisal milik si A barang dagangannya asli atau original dan milik pedagang si B palsu atau kw dan memasang harga yang sama dengan milik si A padahal barang milik si B palsu. Hal inilah yang membuat para pedagang saling menjatuhkan satu sama lain hanya untuk menarik hati para konsumen dan barang dagangannya terjual laris.

Menurut teori Kebenaran disini meliputi kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka

etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.<sup>102</sup>

Dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh prestasi (keuntungan), namun hak pedang satu dengan yang lain harus tetap dihormati.<sup>103</sup>

Berdasarkan data yang diperoleh ketika wawancara, bahwa ada pedagang yang saling menjatuhkan tentang kualitas barang yang di jual oleh pedagang lain, padahal pedagang yang menjatuhkan kualitas barang pedagang lain tidak begitu paham dan mengerti apakah barang yang di jual oleh pedagang tersebut itu asli atau kw dengan harga yang mahal tersebut.

Berdasarkan pemaparan teori dan data di atas maka dapat diambil analisis bahwa para pedagang yang berjualan di pasar somoroto itu sebagian tidak sesuai dengan prinsip kejujuran dan kebijakkan. Karena selalu menjelekan kualitas barang pedagang lain tanpa tau kebenarannya.

## **B. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Penyelesaian Persaingan Usaha di Pasar Tradisional Somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo**

Etika bisnis islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah, etika untuk berbisnis dan fair dengan

---

<sup>102</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 46.

<sup>103</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Prespektif Islam*, 31.

menegakkan hukum dan keadilan secara konsisten dan konsekuen setia pada prinsip-prinsip kebenaran, keadilan dan bermartabat. Dalam menjalankan usaha, pelaku usaha diuntut untuk menjalankan usahanya sesuai dengan etika bisnis islam dalam melakukan setiap kegiatan usahanya.

Sebenarnya persaingan dalam dunia bisnis itu bukanlah hal yang baru lagi karena sejak dulu ada pedagang yang bersaing dengan sehat namun ada juga yang bersaing dengan cara kotor sehingga tidak adil dan merugikan usaha pedagang lainnya.

Dalam hal ini penyelesaian masalah persaingan usaha yang ada di pasar tradisional somoroto dapat di lakukan dengan 3 cara, yaitu :

1. Strategi kolaborasi

Yaitu merupakan bentuk usaha penyelesaian masalah yang memuaskan kedua belak pihak. Artinya sesama para pedagang mereka saling bekerjasama atau berkolaborasi untuk mendapatkan keuntungan, semisal jika pedagag yang satu tidak memiliki barang yang costumer inginkan maka pedagang lain meminjamkan barang dagangannya kemudian keuntungannya itu di bagi menjadi dua. Dalam etika bisnis islam hal inipun di perbolehkan karena tujuan bisnis tidak selalu mencari profit ( niali materi) tetpai juga dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat ) non materi, baik bagi si pelaku bisnis sendiri maupun pada lingkungan yang lebih luas, seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian social dan sebagainya.<sup>104</sup>

---

<sup>104</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 1999), 12



## 2. Strategi Penghindaran

Menghindari konflik dapat dihindarkan jika isu atau masalah yang memicu konflik tidak terlalu penting atau jika potensi konfrontasinya tidak seimbang dengan akibat yang akan di timbulkannya. Penghindaran merupakan strategi yang memungkinkan pihak-pihak yang berkonfrontasi untuk menenangkan diri.<sup>105</sup> Artinya jika para pedagang mempunyai masalah semisal antara para pedagang ada yang saling menjatuhkan, membuat gossip atau isu yang membuat pedagang lain jadi tidak laku jualannya, maka dengan strategi tersebut para pedagang dapat menyelesaikan masalah yang ada dengan tidak menghiraukan kabar yang beredar yang belum tentu kebenarannya.

Menurut etika bisnis islam di perbolehkan, karena dalam konsep tanggung jawab dalam Islam, paling tidak karena dua aspek fundamental. Pertama, tanggung jawab yang menyatu dengan status kekhilafahan wakil Allah di muka bumi. Kedua, konsep tanggung jawab dalam Islam pada dasarnya bersifat sukarela, tanpa paksaan. Dengan demikian, prinsip ini membutuhkan pengorbanan, hanya saja bukanlah berkonotasi yang menyengsarakan. Ini berarti bahwa manusia (yang bebas) di samping harus sensitive terhadap lingkungannya, sekaligus juga harus peka terhadap konsekuensi dari kebebasan sendiri.<sup>106</sup>

Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam misalnya jika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis,

---

<sup>105</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam*, 15

<sup>106</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam*, 17.

atau menyebarkan isu atau fitnah yang belum tentu kebenarannya ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri.<sup>107</sup>

Dapat dianalisis dari paparan di atas maka jika seseorang mempunyai niat untuk berdagang maka seseorang itu harus yakin pada kekuasaan Allah SWT, dan sesama para pedagang itu tidak boleh untuk saling menyebarkan hal yang merugikan orang lain yang belum tentu kebenarannya. Setiap pedagang mempunyai tanggungjawab terhadap dirinya, barang dagangannya serta tanggungjawab terhadap Allah Swt.

### 3. Strategi kompromi atau negosiasi

Yaitu strategi yang masing-masing memberikan dan menawarkan sesuatu pada waktu bersamaan dan saling memberi atau menerima, serta meminimalkan kekurangan semua pihak yang dapat menguntungkan semua pihak. Artinya dalam upaya ini para pedagang di ajak untuk bekerjasama saling memberi, menawarkan serta menerima kekurangan demi menciptakan keuntungan bagi semua pihak.

Dalam etika bisnis islam strategi tersebut di bolehkan, karena dalam penerapan konsep kehendak bebas dalam etika bisnis Islam menjelaskan bahwa manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Seorang muslim yang telah

---

<sup>107</sup> Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, Bogor : In Media 2015, 42.

menyerah hidupnya pada kehendak Allah akan menepati semua kontrak yang telah ia buat.<sup>108</sup>

Dapat di analisis bahwa dengan strategi kompromi atau negosiasi para pedagang bisa bekerjasama dengan mudah dan saling mendapatkan keuntungan dengan adil. Saling membuat kontrak kerjasama yang tidak memberatkan salah satu pihak justru malah dapat menguntungkan semua pihak yang bersangkutan.



---

<sup>108</sup> Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, Bogor : In Media 2015, 39.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa :

1. Tinjauan etika bisnis islam terhadap persaingan usaha yang terjadi di pasar somoroto ada tiga hal yang di persaingkan yakni persaingan dalam segi harga, pelayanan, serta kualitas produk. Jadi dalam tiga segi persaingan tersebut masih banyak yang belum memenuhi syarat yang sesuai dengan etika bisnis islam karena para pedagang tersebut masih ada yang saling menjatuhkan usaha para pedagang lainnya, semisal dengan cara membanting harga dan membuat isu kalau barang dagangan milik pedagang lain tidak berkualitas , itu sangat merugikan para pedagang lain. Hal ini secara otomatis melanggar prinsip dalam etika bisnis islam yakni prinsip kesatuan yakni di mana para pedagang tidak akan mendiskriminasi di antara para pedagang, tidak melakukan praktik-praktik perdagangan yang dapat merugikan pedagang lain, serta tidak serakah dan selalu amanah. Prinsip keseimbangan yakni prinsip yang di dalam menjalankan bisnisnya harus berbuat adil tidak mementikkan diri sendiri tetapi juga mementingkan kepentingan orang lain. Prinsip kehendak bebas yaitu setiap pedagang memiliki kebebasan untuk menjalankan bisnisnya sesuai etika bisnis islam yang terpenting tidak

akan merugikan pedagang lain. Prinsip tanggungjawab misalnya jika ada pengusaha yang berperilaku tidak etis dalam menjalankan bisnisnya maka ia akan memikul tanggungjawab atas tindakannya serta menerima konsekuensi yang telah di sepakati bersama. Serta prinsip kebenaran (kejujuran dan kebajikan) dalam bisnis keberannya yang di maksud adalah niat, sikap dan perilaku yakni para pedagang harus jujur serta tidak di bolehkan melakukan suatu hal yang dapat merugikan pedgang lain, contohnya memberikkan informasi yang tidak sesuai kenyataan dari pedangng lain kepada konsumen yang mengakibatkan merugikan pedagang tersebut.

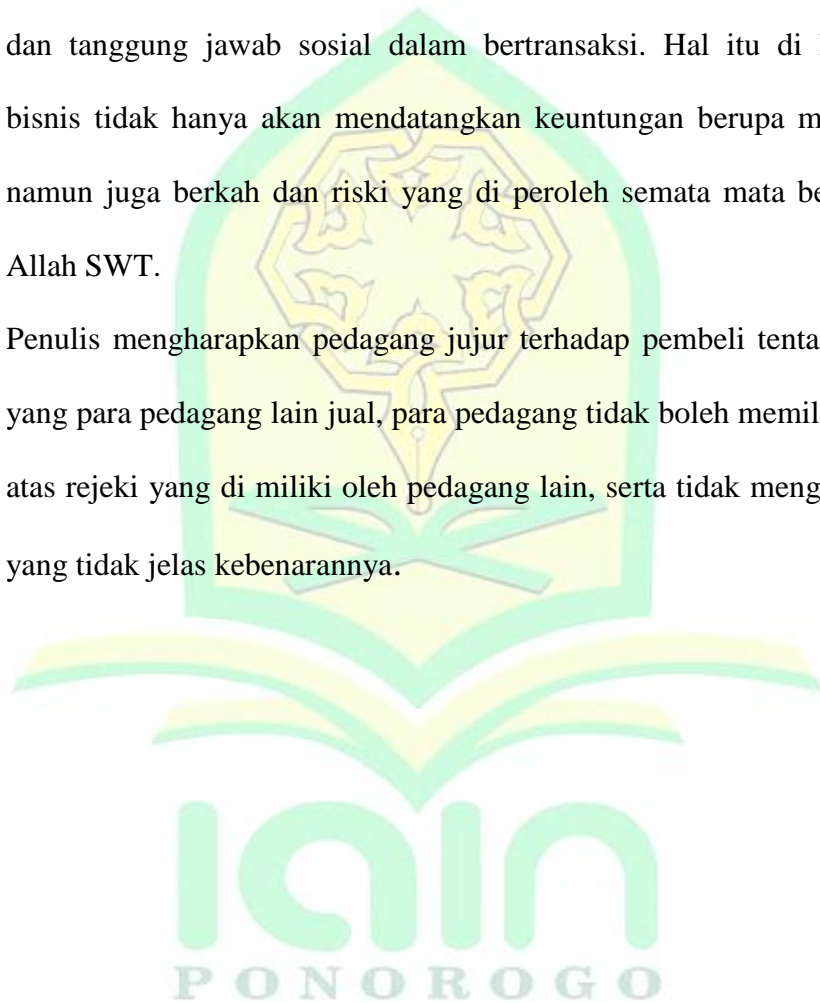
2. Tinjauan etika bisnis islam terhadap penyelesaian masalah yang terjadi di pasar tradisional somoroto ada enam strategi penyelesaian yakni, strategi kompetisi, strategi akomodasi, strategi kolaborasi, strategi penghindaran konflik, serta strategi kompromi atau negosiasi. Menurut etika bisnis islam kelima strategi itu sudah memnuhi syarat dalam etika bisnis islam, karena dengan menggunakan strategi-strategi tersebut para pedagang lebih mudah untuk menyelesaikan masalah yang ada, seperti tentang harga mereka saling komprosi serta negosiasi untuk menentukan harga dimana semua para pedagang tidak ada yang dirugikan dan semu mersa adil dalam bermain harga.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan, dan kesimpulan yang telah di jelaskan di atas, penulis menyampaikan saran-saran yang bertujuan untuk

kebaikan pasar Somoroto dan memberikan manfaat kepada pihak lain atas penelitian adalah sebagai berikut :

1. Pedagang yang terdapat di Pasar Somoroto sebaiknya menjalankan bisnis dengan persaingan yang sehat dan sesuai dengan prinsip etika bisnis islam seperti prinsip tauhid, keseimbangan, kejujuran, kehendak bebas, dan tanggung jawab sosial dalam bertransaksi. Hal itu di karenakan bisnis tidak hanya akan mendatangkan keuntungan berupa materi saja, namun juga berkah dan riski yang di peroleh semata mata berasal dari Allah SWT.
2. Penulis mengharapkan pedagang jujur terhadap pembeli tentang barang yang para pedagang lain jual, para pedagang tidak boleh memiliki rasa iri atas rejeki yang di miliki oleh pedagang lain, serta tidak mengumbar isu yang tidak jelas kebenarannya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Wirausaha Berbasis Syari'ah*. Banjarmasin: Antasari Presss, 2011.
- Aedy, Hasan. *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. Bandung : Alfabeta, 2011.
- Alimin, Muhammad. *Etika & Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004.
- Andinidanaditya. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Surabaya: prima media. 2002.
- Anindya, Desy Astrid. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua". *Jurnal At-Tawassuth*, Vol. II, No. 2. 2017.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press Cet 1, 2009.
- Arijanto, Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press, 2011.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Prespektif Islam*. Bandung : Alfabeta, 2013.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenanda Media Group, 2006.
- Bertens, K. *Etika*. Yogyakarta: Kanisius, 2013.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Damanuri, Aji. *Metodologi Penelitian Mu'amalah*. Ponorogo: STAIN Po Press, 2010.
- Depag RI. *Al-Qur'an*. Kudus: Fa. Menara.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: Lubuk Agung.
- Departemen Nasional Pendidikan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga. Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN-Malang Press, 2007.
- . *Agama, Etika, Dan Ekonomi*. UIN-Maliki Press, 2014.
- Fauzia, IkaYunia. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2017..

- Ghoni, Djunaedi dan Fauzan Almashur. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar- Ruzz Media, 2012.
- Harahap, Sofyan S. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat, 2016.
- Karim, Adiwarman. *Bunga Bank*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahannya Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Hadist Sahih*.
- Margono. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 1997.
- Maulana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001.
- Muhammad. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004.
- Muslich. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Ekonisia, 2004.
- Shihab, Quraish. *Bisnis Sukses Dunia Akhirat: Berbisnis Dengan Allah*. Tangerang: Lentera Hati, 2011.
- Sofian, Ayi. *Kapita Selekta Filsafat*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2010.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suhasrildan Mohammad Taufik Makarao. *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Yusanto, Muhammad Ismail. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- Harrisfadillah, wordpress.com
- <http://indraputrabintan.blogspot.co.id/2013/03/analisis-situasi-pasar-da-analisis.html?m=1>
- <http://www.temukanpengertian.com/2013/09/pengertian-pengertian.html?m=1>